

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Волгодонский инженерно-технический институт –
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего
образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(ВИТИ НИЯУ МИФИ)

ФАКУЛЬТЕТ Очно-заочного и заочного обучения

КАФЕДРА Экономика и социально-гуманитарные дисциплины

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 38.03.01 Экономика

ОТЧЕТ

о прохождении практики

СТУДЕНТА Монарховой Алены Владимировны, ЭК-20-3
фамилия, имя, отчество, группа, подпись

ПРАКТИКА Производственная (расчетно-аналитическая)
наименование практики

МЕСТО ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ООО «Гидрофоб»
должность практикант

Сроки прохождения практики с 27.03.2023г. по 09.04.2023г.

- РУКОВОДИТЕЛЬ от ПРЕДПРИЯТИЯ _____
фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы, должность, подпись

- РУКОВОДИТЕЛЬ от ИНСТИТУТА старший преподаватель Агапова С.П.
фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, должность, подпись

Волгодонск

2023

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»

Волгодонский инженерно-технический институт –
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего
образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(ВИТИ НИЯУ МИФИ)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Экономика и социально-
гуманитарные дисциплины

В.А.Руденко

(и.о. фамилия заведующего)

(подпись)

13.03.2023г.

(дата)

Индивидуальное задание
студента Монарховой Алены Владимировны группа ЭК-20-3
по производственной практике
(указывается вид практики)

№п/п	Содержание работы	Сроки выполнения	Форма отчетности
1	История и характеристика организационно-правовой формы ООО «Гидрофоб»	27.03.2023г.	Отчет, раздел 1
2	Анализ организационной и производственной структуры ООО «Гидрофоб»	28.03.2023г.- 29.03.2023г.	Отчет, раздел 2
3	Анализ работы службы маркетинга ООО «Гидрофоб». Организация работы с клиентами ООО «Гидрофоб»	30.03.2023г. – 01.04.2023г.	Отчет, раздел 3
4	Анализ внешней и внутренней среды ООО «Гидрофоб»	01.04.2023г.- 02.04.2023г.	Отчет, раздел 4
5	Формы и системы оплаты труда ООО «Гидрофоб». Организация стимулирования труда	03.04.2023г.- 05.04.2023г.	Отчет, раздел 5
6	Анализ технико-экономических показателей работы ООО «Гидрофоб» за 2021-2022гг.	06.04.2023г.- 08.04.2023г.	Отчет, раздел 6
7	Оформление выводов и рекомендаций по результатам производственной практики	09.04.2023г.	Отчет, заключение

Руководитель практики Агапова С.П.

« 14 » марта 2023г.

Согласовано с руководителем практики от предприятия _____ подпись

Оглавление

Введение	
1 История и характеристика организационно-правовой формы ООО «Гидрофоб».....	
2	
1.1 Краткая история развития ООО «Гидрофоб».....	
2	
1.2 Специализация и ассортимент выпускаемой продукции	
3	
2 Анализ организационной и производственной структуры ООО«Гидрофоб».....	
5	
2.1 Организационная структура ООО «Гидрофоб».....	
5	
2.2 Производственная структура ООО «Гидрофоб»	
6	
3 Анализ работы службы маркетинга ООО «Гидрофоб». Организация работы с клиентами ООО «Гидрофоб».....	
7	
3.1 3 Анализ работы службы маркетинга «Гидрофоб».	
7	
3.2 Организация работы с клиентами на ООО «Гидрофоб».....	
7	
4 Анализ внешней и внутренней среды ООО «Гидрофоб».....	
13	
4.1 Внутренняя среда предприятия ООО «Гидрофоб».....	
13	

4.2 Анализ внешней среды предприятия ООО «Гидрофоб».....	
14	
5 Формы и системы оплаты труда ООО «Гидрофоб». Организация стимулирования труда.....	
18	
6 Анализ технико-экономических показателей ООО «Гидрофоб» за 2021-2022 гг.	
20	
Заключение.....	
25	
Список использованных источников.....	
28	
Приложение А - Бухгалтерский баланс ООО «Гидрофоб» за 2020- 2022 гг....	
29	
Приложение Б – Отчет о финансовых результатах ООО «Гидрофоб» за 2021-2022 гг.	
31	

Введение

Производственная практика в ООО «Гидрофоб» предполагает получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Посмотреть на организацию выбранного предприятия изнутри, понять как устроено производство и работа сотрудников.

Целями производственной практики являются:

- закрепить и углубить теоретическую подготовку;
- приобрести практические навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности;
- ознакомиться с основной экономической деятельностью, организацией и управлением предприятия ООО «Гидрофоб»;
- получить первичные профессиональные умения и опыт по организационно-управленческой, информационно-аналитической, предпринимательской деятельности для обеспечения практической основы для последующего эффективного изучения профессиональных дисциплин.

Основные задачи прохождения базовых знаний, умений и навыков будущего экономиста и включают в себя:

- ознакомиться с нормативной базой деятельности предприятия ООО «Гидрофоб»: уставом, правовой формой собственности, действующими в настоящее время и регламентирующими деятельность предприятия, организации;
- ознакомиться с процессом организации и управления функциональными подразделениями предприятия ООО «Гидрофоб»;
- изучить факторы внутренней и внешней среды, влияющих на деятельность предприятия ООО «Гидрофоб»;
- провести анализ системы управления персоналом, подбора, кадров на ООО «Гидрофоб»;
- обобщить и обработать экономическую информацию о производственных результатах и затратах, провести анализ технико-экономических показателей.

1 История и характеристика организационно-правовой формы ООО «Гидрофоб»

1.1 Краткая история развития ООО «Гидрофоб»

НПК «Гидрофоб ГНБ» был создан в 2002 г. целью создания данного предприятия стало выполнение работ, связанных с бестраншейной прокладкой коммуникаций. За 19 лет работы предприятия, оборудование совершенствовалось от простейших буровых установок, до буровых комплексов на собственном ходу, длина бурения, которых составляла более 300 метров.

С 2015 г. предприятие было реорганизовано в ООО НПК «Гидрофоб-ГНБ» и стартовало производство прокольных установок и установок горизонтально направленного бурения. ГНБ - это технология для прокладки коммуникаций под поверхностью земли, без необходимости прибегать к траншейному способу. В последнее время технология ГНБ стала наиболее популярной, т.к. сбой в ритме жизни у крупных городов понесет большие потери и причинит весомые неудобства жителям .

С 2015 г. было выполнено множество частных и государственных заказов на производство установок ГНБ при проведении работ с поверхности по прокладке, ремонту и замене подземных коммуникаций. Технология ГНБ в своем роде уникальна тем, что можно управлять процессом, при необходимости имеется возможность поменять направление прокладываемых узлов в профиле и плане, огибая разные препятствия.

На протяжении 14 лет предприятие участвует в различных профильных выставках и ярмарках, что помогает развивать коммерческие связи и расширять клиентскую базу по всему миру. Участие в выставках повышает интерес к Заводу Буровой Техники как к передовому российскому заводу-изготовителю техники для ГНБ и мини проколов со стороны представителей водоканалов, ЖКХ и подрядчиков, обслуживающих сети водоснабжения. Так же предприятие проводит практические семинары на тему бестраншейной прокладки коммуникаций. В рамках семинара сотрудники предприятий

России обмениваются контактами и имеющимся опытом, в результате чего формируется плодотворная деловая среда для развития технологии ГНБ.

В 2018 г. ООО НПК «Гидрофоб-ГНБ» было вновь реорганизовано в ООО «Гидрофоб» и по сей день продолжает производственную деятельность под этим названием. Руководителем является генеральный директор Вознюк Владимир Николаевич.

1.2 Специализация и ассортимент выпускаемой продукции

ООО «Гидрофоб» выполняет работы по прокладке подземных коммуникаций бестраншейным способом с использованием технологии горизонтально-направленного бурения и технологии управляемого прокола грунта.

На официальном сайте ООО «Гидрофоб» представлена различных видов продукция, например, прокольные установки, трубные разрушители, установки ГНБ, локационные системы и разнообразные комплектующие и инструменты.

Основными видами продукции, на которые делается упор это прокольные и ГНБ установки. Их ассортимент имеет широкий ряд, что позволяет использовать их в различных нуждах и направлениях.

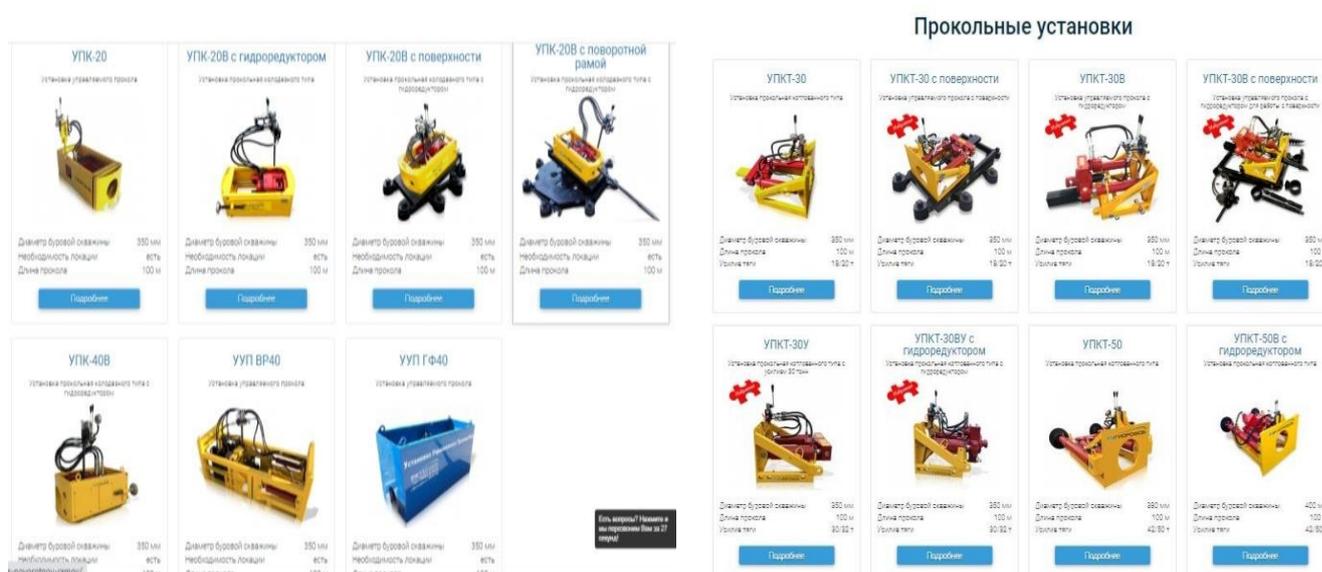


Рисунок 1- Ассортимент прокольных установок

Установки для прокола грунта позволяют подвести коммуникации в труднодоступных местах, как колодцы или котлованы, без нарушения целостности ландшафта.

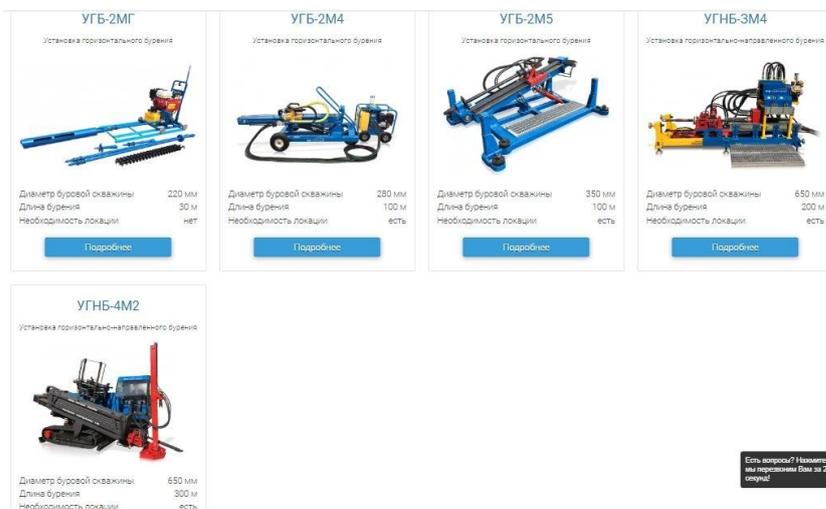


Рисунок 2- Ассортимент установок ГНБ

Установки ГНБ предназначены для бурения как горизонтальных, так и вертикальных скважин в разных условиях. Позволяют прокладывать трубы под газ, воду и кабели различного назначения.

Так же, в ассортимент входят комплектующие детали и разнообразные вспомогательные части для работы с установками.

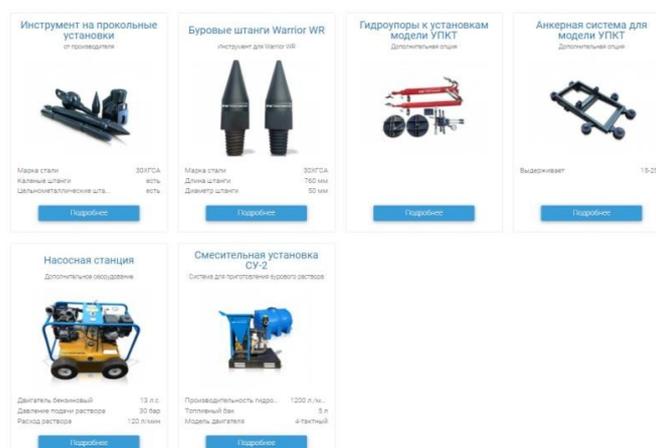


Рисунок 3- ассортимент комплектующих деталей

Производство комплектующих деталей позволяет клиентам облегчить поиск необходимых деталей и сделать использование более удобным.

2 Анализ организационной и производственной структуры ООО «Гидрофоб»

2.1 Организационная структура управления ООО «Гидрофоб»

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) — учреждённое одним или несколькими юридическими и/или физическими лицами хозяйственное общество, уставной капитал которого разделён на доли.

Организационная структура на предприятии имеет два уровня управления и является линейной. Организационная структура представлена на рисунке 4.

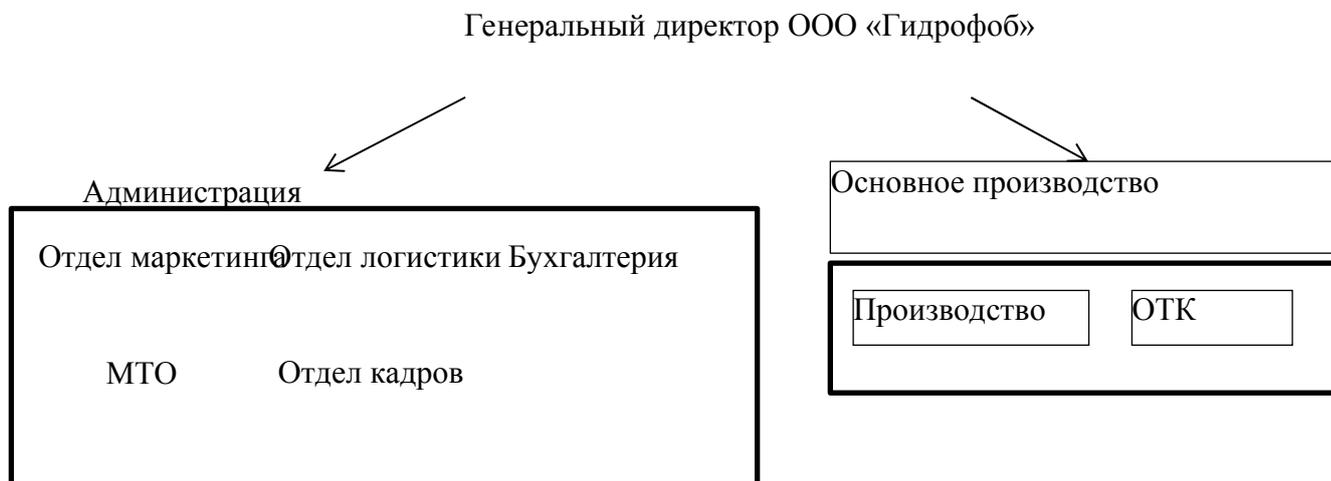


Рисунок 4 - Организационная структура ООО «Гидрофоб»

Организационная структура, представленная на рисунке 4 является линейной. У данной структуры имеются как положительные, так и отрицательные стороны. На самом предприятии ООО «Гидрофоб» были выделены следующие плюсы:

- четкая система взаимных связей функций и подразделений;
- один руководитель сосредотачивает в своих руках руководство всей совокупностью процессов, имеющих общую цель, что делает систему управления четкой;
- ясно выраженная ответственность;

- оперативность в принятии решений;
- простота организационных форм и четкость взаимосвязей.

2.2 Производственная структура ООО «Гидрофоб»

Производственная структура на предприятии ООО «Гидрофоб» представлена на рисунке 5.

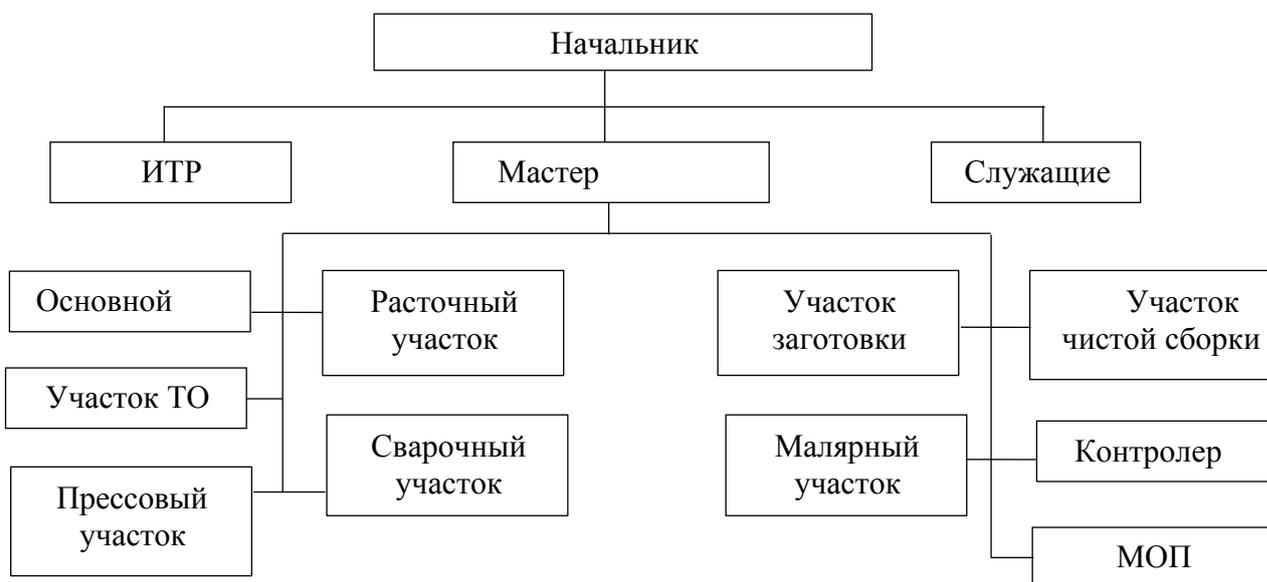


Рисунок 5- Производственная структура ООО «Гидрофоб»

Производственная структура, на рисунке 5 указывает на то, что на предприятии предусмотрены инженерно-технические работники, служащие и мастера участков, включающие в себя производственные участки на предприятии.

Данная структура позволяет четко организовать работу в производстве. Каждый участок занимается своей специализацией, что помогает избежать сбоев в создании продукции.

Что касается служащих, то они также способствуют повышению эффективности производства с помощью внедрения разных программ. Например, с недавних пор ООО «Гидрофоб» использует программу «КАСКАД» для отслеживания выполнения заказов. Эта программа позволяет точно рассчитать работу специалистов.

3 Анализ работы службы маркетинга «Гидрофоб».

Организация работы с клиентами в ООО «Гидрофоб»

3.1 Анализ маркетинговой среды в ООО «Гидрофоб».

Одним из определяющих факторов повышения конкурентоспособности предприятий выступает грамотное управление всеми элементами комплекса маркетинга, ведь налаживание эффективных коммуникаций производителя со стейкхолдерами в условиях насыщения рынка товарами повышает активность и долгосрочность взаимодействия предприятия с целевыми аудиториями. Выстроенная политика информационного сопровождения товара и, в целом, бренда компании, способна сформировать лояльность потребителей и обеспечить предприятию конкурентные преимущества.

Представляя значимость всех средств коммуникации, считаем актуальным изучение практического опыта использования прямых средств коммуникации, которые не просто повышают совокупный эффект продвижения, но и выступают в качестве уникального основного средства ФОССТИС товаров производственного назначения.

3.2 Организация работы с клиентами в ООО «Гидрофоб»

Клиент - центральная фигура любого бизнеса, ориентированная на получение конкретной услуги от вашей компании и приносящая вам доход. Чем больше клиентов и лучше качество вашего обслуживания, тем больше ваша прибыль. В настоящее время рынок безжалостен к тем, кто не стремится бросить все возможные силы и средства на привлечение новых покупателей и удержание, по возможности, всех существующих заказчиков. Каждый день появляются десятки новых компаний, существует жёсткая конкуренция между ними в борьбе за клиента. Все это ставит предприятия в такие условия, когда грамотная организация работы с клиентами - насущная необходимость для выживания бизнеса. Вопрос подхода к организации этой деятельности подразумевает эффективное сочетание профессионального обслуживания покупателя и качества предлагаемой продукции, а также использование всех

доступных современному менеджеру автоматизированных средств и программ, созданных специально для учета взаимодействий с заказчиками.

В компании ООО «Гидрофоб» за работу с клиентами отвечает отдел маркетинга. Наблюдая за работой специалистов данного отдела можно смело сказать, что данное предприятие имеет высокую степень клиентоориентированности. Данный вывод был сделан из следующих наблюдений.

Во-первых, сейчас каждое предприятие по возможности старается создать свой сайт, так как это удобно и эффективно. Но в данном пункте есть несколько нюансов. Для начала она должен быть как минимум удобен в использовании и содержать емкую и необходимую информацию для будущих клиентов. Так же необходимо учесть, что работа с сайтом должна контролироваться, ведь в случае сбоев это может помешать поиску информации. Поэтому в отделе маркетинга на ООО «Гидрофоб» есть специальный человек, отвечающий за сайт и работу с клиентами с этого сайта. Увидеть, как выглядит сайт можно на рисунке 6.

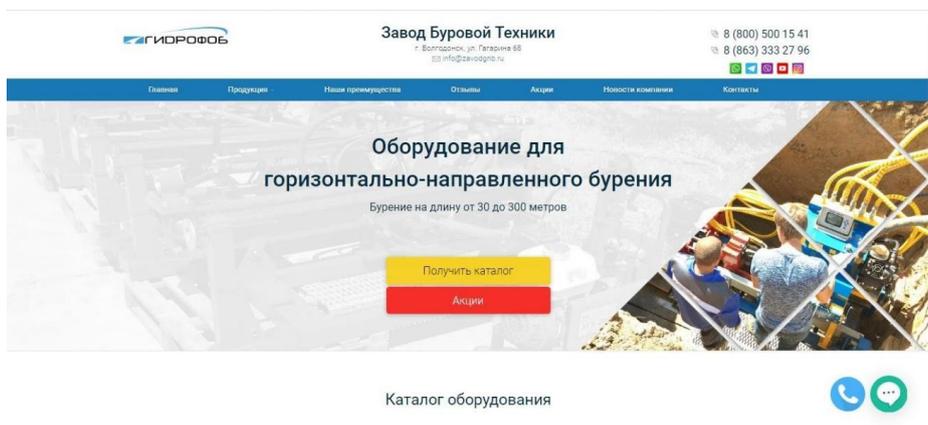


Рисунок 6 – Официальный сайт ООО «Гидрофоб»

Так же на данном сайте работает бот-консультант, что очень удобно, потому что клиент может находиться в другом часовом поясе и оставить заявку за рассмотрение в любое время суток и получить помощь при необходимости.

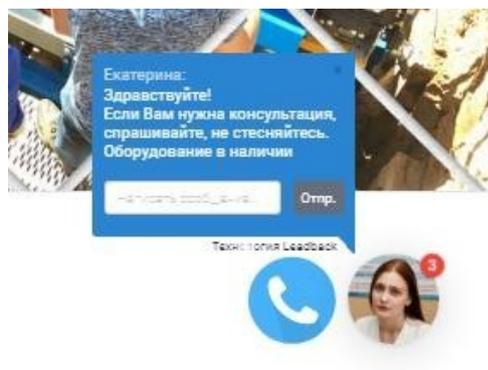


Рисунок 7- Бот-консультант на сайте ООО «Гидрофоб»

На сайте можно получить необходимую информацию о продукции данного предприятия в понятной и удобной форме. Так же можно узнать о различных акциях, проводимых компанией и других мероприятиях. Важная часть – это раздел отзывов, в котором можно посмотреть мнения различных пользователей, что подтверждает надежность компании.

Во-вторых, обработка заявок о желании приобрести продукцию или же получить консультацию можно с помощью контактных данных, которые присутствуют на сайте. В данном случае менеджеры из отдела маркетинга ведут переговоры в удобной для клиента форме, будь то через социальные сети ил мессенджеры или же по звонку.

После того, как был найден контакт с потенциальным покупателем, менеджеры проводят необходимую консультацию о необходимых услугах и рассказывают возможности, которые доступны клиентам. Например, одна из таких возможностей – это полный курс обучения пользованием приобретаемой установки и демонстрация ее в действии. Сроки обучения на установках ГНБ согласовываются с заказчиком и составляют не менее двух дней. Специалисты завода «Гидрофоб» выезжают на объекты заказчика для обучения и технического сопровождения. Многие предприятия не особо заинтересованы, как будет происходить работа у клиента после приобретения их продукции, но ООО «Гидрофоб» пытается помочь своим клиентам, что несомненно привлекает покупателей.

В дополнении к этому, компания проводит ежегодно семинары на

тему бестраншейной прокладки коммуникаций, что помогает найти новые контакты с другими организациями и работниками.

Так же стоит упомянуть, что при консультации со специалистом, он поможет рассчитать стоимость заказа и при необходимости поможет организовать доставку удобным для клиента способом. Еще одним из преимуществ ООО «Гидрофоб» является доставка, которая осуществляется в течении двух дней. И дополнительным плюсом является гибкая система скидок, которая обговаривается на начальных этапах работы с клиентами.

Сочетание всех факторов перечисленных выше дает ООО «Гидрофоб» явные преимущества перед предприятиями конкурентами, так как клиенты, получившие должное обслуживание захотят вернуться вновья.

Каждый год ООО «Гидрофоб» участвует в различных выставках и 2021гг. компания приняла участие в главной выставке строительной техники и технологий России - Bauma CTT RUSSIA 2021.



Рисунок 8 - Фото с выставки Bauma CTT RUSSIA 2021

Как известно участие в выставках стоит дорого и не всегда может оправдать участие. Рассчитаем было ли эффективно принимать участие в данной выставке.

С официальных данных сайта выставки Bauma CTT RUSSIA 2021, можно узнать во сколько обходится аренда выставочной площади:

- 15000 руб./кв.м – оборудованная площадь;
- 8000 руб./кв.м – необорудованная площадь;
- 5800 руб./кв.м – открытая площадь.

На данной выставке по данным отдела маркетинга была арендована оборудованная площадь размером 10 кв.м, что обошлось в:

$$15000 * 10 = 150000 \text{ руб.}$$

Помимо расходов на участие нужно учесть транспортные расходы, оплату работникам, находящимся на выставке, а также прочие расходы на пропитание. По полученным данным эти расходы составили 80000 руб.

Учитывая все расходы на участие в выставке, мы можем посчитать было ли эффективно участие в ней.

По сведениям менеджеров с данной выставки ООО «Гидрофоб» удалось привлечь 0,005% клиентов от общего числа участников, что в итоге составило приблизительно:

$$18863 * 0,005 = 95 \text{ чел.}$$

Даже если считать, что каждый из привлеченных участников приобретет продукции на минимальную сумму – 50000 руб., то доход с данных заказов составит:

$$50000 * 95 = 4\,750\,000 \text{ руб.}$$

Учитывая все проведенные выше расчеты, можно сделать вывод, что участие в подобных выставках достаточно эффективно по привлечению новых клиентов. Обычно география участников на подобного рода ивентах включает себя и иностранных представителей, это позволит по возможности расширить клиентскую базу и в других странах, так как выставки являются и рекламным мероприятием, которое позволяет наглядно продемонстрировать продукцию.

В итоге можно сделать вывод, что предприятие ООО «Гидрофоб»,

грамотно ведет работу с уже имеющимися и потенциальными клиентами. Высокая клиентоориентированность помогает сохранять предприятию лидирующие позиции в занимаемой ими нише среди других компаний.

4 Анализ внешней и внутренней среды ООО «Гидрофоб»

4.1 Внутренняя среда предприятия ООО «Гидрофоб»

Анализ внутренней среды, позволяющий всесторонне оценить состояние и потенциал предприятия, представлен в таблице 1.

Таблица 1 - SWOT-анализ предприятия ООО «Гидрофоб»

	Сильные стороны (внутренний потенциал) (S)	Слабые стороны (внутренние недостатки) (W)
	Положительные факторы	Негативные факторы
Внутренняя среда	<ol style="list-style-type: none">1) Зарекомендованный бренд2) Работа компании на рынке свыше 19 лет3) Высокое качества оборудование ГНБ.4) Налаженные отношения с поставщиками, на протяжении долгих лет работы.5) Постоянное совершенствование ассортимента6) Сервисное обслуживание на протяжении всего срока использования7) Курс обучения установки локации	<ol style="list-style-type: none">1) Цены выше, чем у большинства конкурентов.2) Обучение новых работников происходит в не налаженном порядке.3) Отсутствие развития рекламной политики4) Нехватка производственных рабочих
	Потенциальные возможности (O)	Имеющиеся угрозы (T)
Внешняя среда	<ol style="list-style-type: none">1) Ненасыщенный рынок России данного вида продукции дает неограниченные возможности для роста.2) Освоение иностранных рынков в большей степени.3) Предоставление расширенного спектра услуг.	<ol style="list-style-type: none">1) Усиление позиций компаний-конкурентов.2) Подорожание транспортных услуг от внешних компаний.

Исходя из данных SWOT- анализа можно сказать, что предприятие ООО «Гидрофоб» имеет большой потенциал на дальнейшее развитие, только в случае устранения слабых сторон, которые хоть и не критично, но влияют на дальнейший прогресс предприятия. Стоит в большей мере уделить внимание проведению рекламной компании, так как это позволит увеличить портфель заказов и известность бренда на рынке не только России, но и иностранном.

Так же стоит создать систему обучения новых работников на предприятии. Это необходимые меры для повышения качества работающих кадров, а так же увеличения эффективности предприятия.

4.2 Анализ внешней среды ООО «Гидрофоб»

Внешняя среда предприятия состоит из потребителей, поставщиков и конкурентов. Анализ данных групп поможет предприятию открыть новые возможности для развития производства, а так же своевременно среагировать на значительные изменения этих групп.

Клиентура ООО «Гидрофоб» по форме собственности представлена в виде диаграммы на рисунке 9.

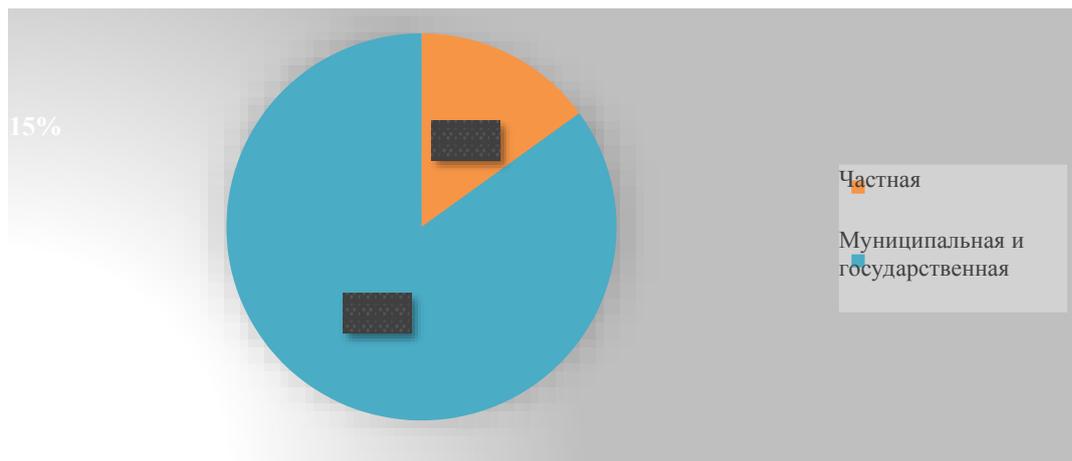


Рисунок 9 - Данные о клиентах по формам собственности

По данным диаграммы видно, что большую часть клиентов составляют государственные и муниципальные предприятия – 85%, остальную часть 15% составляют предприятия частной формы собственности.

Сегментация клиентов по принадлежности к отраслям указана на рисунке 10.

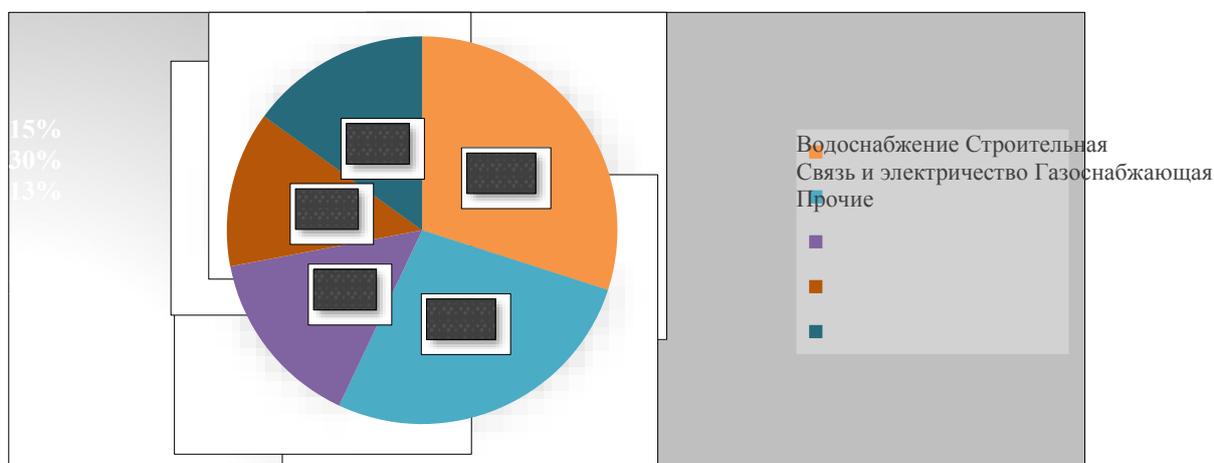


Рисунок 10- Отраслевая принадлежность клиентов ООО «Гидрофоб»

Исходя из данных об отраслевой принадлежности клиентов ООО «Гидрофоб» можно сделать вывод о том, что продукция компании используется в разных направлениях, что расширяет спектр возможных клиентов, и позволяет увеличить долю предприятия на рынке.

Большую долю имеют предприятия в отрасли водоснабжения – 30%, чуть меньший процент имеют предприятия, занимающиеся строительством – 27%. В равной мере около 15% имеют организации газовой и электрической отрасли.

Что касается поставщиков, то поставка металла осуществляется в основном из региона, что позволяет снизить себестоимость продукции, так как меньше средств уходит на оплату транспортных услуг. В установках покупное – это гидравлическая часть (гидроцилиндры и комплектующие к ним) производство Чехия, двигатели, в основном бензиновые Honda (оригинал, промышленная серия).

Список поставщиков представлен ниже в таблице 2.

Таблица 2 - Поставщики ООО «Гидрофоб»

Наименование	Расположение	Примечание
ООО "Гидротек"	г.Москва	Комплектующие
ООО "ПКМ КОМПЛЕКТ"	г.Москва	Хоз. принадлежности для основного производства
ООО ТПК "Промышленные колеса и ролики"	г.Ростов-на-Дону	Комплектующие
ООО "АТМ - Гидравлик"	г.Екатеринбург	Гидравлическая часть нашего оборудования
ООО "ГидроСнаб-Юг"	г.Шахты	Комплектующие мелкие
ООО "Первая Моторная Компания"	г.Москва	Используются только двигатели Honda
ООО "Торгово-производственная компания "Зедекс"	г.Москва	Пластмассы (трубы и тп)
ООО «Буровой дом»	г.Москва	Комплектующие
ООО «Гидродрайф»	г.Екатеринбург	Комплектующие для гидравлики
ООО "Гидравлик Маркет"	г. Санкт-Петербург	Комплектующие для гидравлики

Учитывая данные таблицы поставщиков, видно, что все комплектующие и дополнительные принадлежности производятся российскими компаниями, преимущественно находящимися в районе г. Москва, за исключением двигателей Honda.

Последняя составляющая внешней среды предприятия — это конкуренты. На внутреннем рынке среди российских компаний конкуренты представлены несколькими:

- ООО «Энерпром» (г. Иркутск);
- ООО «PRIDE» (г. Челябинск);
- ООО "SID Engineering" (г. Челябинск);
- Камский завод (г. Нижнекамск).

Зарубежные заводы по производству ГНБ являются основными конкурентами.

Китай и Германия занимают лидирующие позиции на рынке. На рисунке представлена доля ООО «Гидрофоб» на отечественном рынке по сравнению с иностранными производителями.

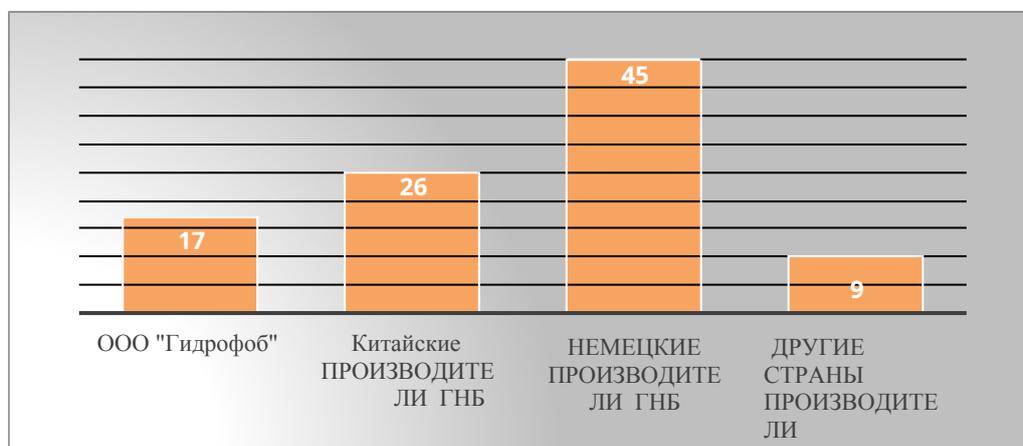


Рисунок 11- Доли продаж компаний на рынке

На гистограмме видно, что значительную долю занимают немецкие производители, причиной этому служит ассортимент, у данных конкурентов он представлен шире и разнообразнее. Но стоит отметить, что ООО «Гидрофоб», имеет значительный процент продаж среди своих конкурентов, за счет малогабаритных установок.

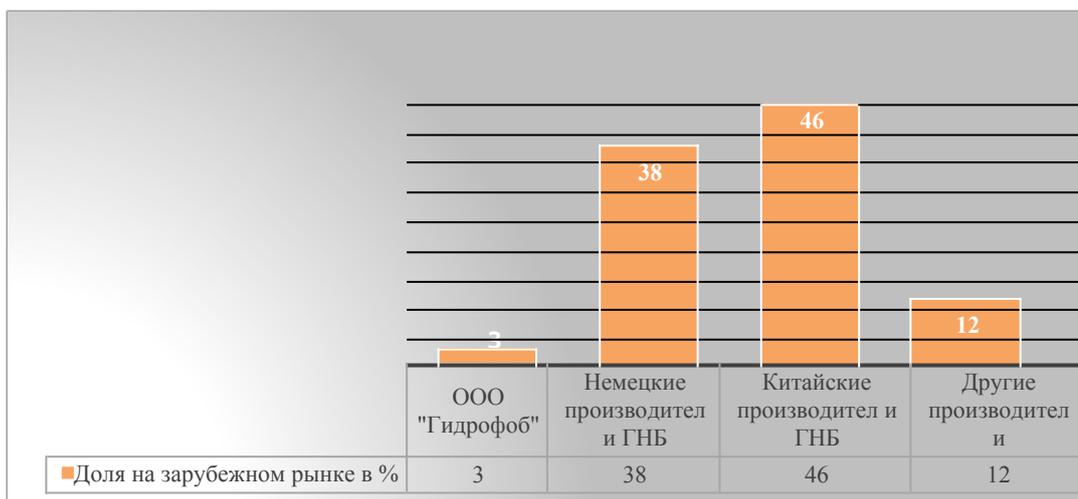


Рисунок 12 - Доля на зарубежном рынке

На данный момент ООО «Гидрофоб» имеет малый процент продаж на рынке, связано это с тем, что это предприятие еще не зарекомендовало себя среди иностранных потребителей, так как вышло на данную площадку сравнительно недавно. Необходимо провести рекламную кампанию, чтобы привлечь внимание к производителю.

5 Формы и системы оплаты труда в ООО «Гидрофоб». Организация стимулирования труда»

По официальным данным на 2022г., представленным предприятием на ООО «Гидрофоб» работают на данный момент 52 человека (таб.3). Из них 16 человек приходится на отдел администрации и 36 чел. на основное производство.

Таблица 3 – Количество работников на предприятии

Категория работников	Количество человек
Рабочие, в том числе:	34
- основные	25
- вспомогательные	7
ИТР и руководители	16
Всего работников	50

Из данных полученных на предприятии можно сделать вывод, что ООО «Гидрофоб» соответствует малому предприятию по численности кадров в организации. Но численности в 50 человек хватает, чтобы успешно и эффективно управлять бизнесом.

Заработная плата работников считается как повременно-премиальная, с установленной премиальным процентом, который зависит от показателей, которые в свою очередь устанавливаются в зависимости от деятельности работников.

Например, у рабочих основного производства будет поощряться количество выполненных деталей без брака:

$$З_{пов.прем} = З_{пов} + З_{пов} * П\%, \quad (1)$$

где, $З_{пов}$ – месячная заработная плата,

$П\%$ - процент премиального вознаграждения.

Так, например, у рабочих основного производства премиальные выплаты будут зависеть от количества деталей, произведенных без брака. Это поможет производству меньше утилизировать материалов и средств, что так же повлияет на себестоимость продукции. Так же не следует забывать о том, что премия может придать мотивацию сотрудникам работать эффективнее и качественнее.

Расчет премии производится исходя из доли качественно произведенных деталей. Если запланировано, что токарь обработает 100 деталей и из них 80% будут без брака, в таком случае начисляется премия в размере 20% от месячной тарифной ставки:

$$\text{Зпов.прем} = 15000 \text{ руб.} + 15000 \text{ руб.} * 20\% = 18000 \text{ руб.}$$

В случае безбрачного производства работник по решению руководства может получить премию в 30 % процентов от тарифной ставки.

По сравнению с данными за прошлый отчетный период 2021 гг. (приложение А), сотрудники продолжают работать в том же составе, за исключение трех новых принятых работников, рассчитаем коэффициент оборота по приему рабочих:

$$K_{\text{пр}} = \frac{K_{\text{прс}}}{\text{Срч}} * 100\% , \quad (2)$$

где, $K_{\text{прс}}$ – количество принятых сотрудников на работу за текущий период;

Срч - среднесписочная численность сотрудников за текущий период.

$$K_{\text{пр}} = \frac{3}{52} * 100\% = 5,76\%.$$

Анализ данного показателя помогает кадровой службе предприятия своевременно разработать комплекс мер по снижению текучести, мотивации сотрудников, передвижению сотрудников внутри компании. Если выполнять расчет данного показателя регулярно, то можно проанализировать динамику приема сотрудников и из полученных данных можно оценить оправданы ли темпы роста принятия новых сотрудников и соответствует это реальным потребностям компании.

6 Анализ технико-экономических показателей ООО «Гидрофоб» за 2020-2021 гг.

Для того чтобы рассчитать себестоимость реализованной продукции необходимо воспользоваться формулой:

$$C_{п} = C_{пр} + P_{ком} + P_{упр}, \quad (3)$$

где $C_{п}$ – себестоимость реализованной продукции (полная себестоимость);

$C_{пр}$ – себестоимость продаж;

$P_{ком}$ – коммерческие расходы;

$P_{упр}$ – управленческие расходы.

Следовательно, за 2019 и 2020 гг. полная себестоимость равна:

$$C_{п2021} = 88753 + 0 + 0 = 88753;$$

$$C_{п2022} = 156085 + 0 + 0 = 156085.$$

Прибыль от реализации рассчитывается по формуле:

$$Пр = Вр - C_{п}, \quad (4)$$

где $Вр$ – выручка от реализации продукции.

Отсюда прибыль от реализации будет равна:

$$Пр_{2021} = 91669 - 88753 = 2916;$$

$$Пр_{2022} = 169246 - 156085 = 67332.$$

Используя полученные данные, рассчитаем рентабельность произведенной продукции с помощью формулы 2.

$$R_{п} = \frac{Пр}{C_{п}} \times 100\%, \quad (5)$$

$$R_{п2021} = \frac{2916}{13161} \times 100\% = 3,29;$$

$$R_{п2022} = \frac{67332}{156085} \times 100\% = 8,43.$$

Чтобы рассчитать чистую прибыль за 2020, 2021 и 2021 гг., воспользуемся формулой:

$$П_{ч} = Пр + Д_{пр} - P_{пр} - Н_{пр}, \quad (6)$$

где $Д_{пр}$ – прочие доходы;

$P_{пр}$ – прочие расходы;

$H_{\text{пр}}$ – налог на прибыль.

Прибыль до налогообложения рассчитывается по формуле:

$$H_{\text{пр}} = 0,2 * \Pi_{\text{до нал.}}, \quad (7)$$

Отсюда прибыль до налогообложения будет равна:

$$H_{\text{пр}2021} = 0,2 \times 2916 = 583,2;$$

$$H_{\text{пр}2022} = 0,2 \times 13161 = 2632,2.$$

Процент на прибыль был взят из бухгалтерской отчетности за период 2020- 2022 гг. (Приложение А, приложение Б, Приложение В)

Используя полученные данные, рассчитаем чистую прибыль с помощью формулы.

$$\Pi_{\text{ч}2021} = 2916 + 2131 - 1691 - 583,2 = 2772,8;$$

$$\Pi_{\text{ч}2022} = 13161 + 84 - 207 - 2632,2 = 10406.$$

Рассчитаем уровень затрат на рубль продукции. Для этого воспользуемся формулой.

$$Y_3 = \frac{C_{\text{п}}}{B_{\text{р}}}, \quad (8)$$

$$Y_{32021} = \frac{88753}{91669} = 0,96$$

$$Y_{32022} = \frac{156085}{169246} = 0,92$$

Для расчета производительности труда (выработки) применим формулу.

$$\Pi_{\text{ч}} = \frac{B_{\text{р}}}{C_{\text{п}}}, \quad (9)$$

где $P^{\text{осн}}$ - среднесписочная численность персонала.

Тогда производительности труда будет равна:

$$\Pi_{\text{ч}2021} = \frac{91669}{48} = 1909,77$$

$$\Pi_{\text{ч}2022} = \frac{169246}{50} = 3384,92$$

Для того чтобы рассчитать фондоотдачу необходимо воспользоваться формулой:

$$\Phi_o = \frac{B_p}{C_{cp}}, \quad (10)$$

где C_{cp} - стоимость основных производственных средств.

$$\Phi_{o2021} = \frac{91669}{2307} = 39,73,$$

$$\Phi_{o2022} = \frac{169246}{4237} = 39,94.$$

Рассчитаем фондоемкость. Для этого воспользуемся формулой:

$$\Phi_E = \frac{C_{oc}}{B_p}, \quad (11)$$

$$\Phi_{E2021} = \frac{2307}{91669} = 0,02 .$$

$$\Phi_{E2022} = \frac{4237}{169246} = 0,02 .$$

Рассчитаем фондовооруженность. Для этого воспользуемся формулой:

$$\Phi_B = \frac{C_{cp}}{cp}, \quad (12)$$

$$\Phi_{B2021} = \frac{2307}{48} = 48,06 .$$

$$\Phi_{B2022} = \frac{4237}{50} = 84,74 .$$

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств рассчитывается по формуле:

$$K_{об} = \frac{B_p}{C_{об.ср}}, \quad (13)$$

где $C_{об.ср}$ - стоимость оборотных средств.

$$K_{об2021} = \frac{91669}{27130} = 3,37.$$

$$K_{об2022} = \frac{169246}{49700} = 3,4 ;$$

Для расчета длительности одного оборота воспользуемся формулой:

$$П_{об.а} = \frac{360}{K_{об}}, \quad (14)$$

$$\Pi_{\text{об.а2021}} = \frac{360}{\blacksquare} = \frac{360}{5,57} = 106,54,$$

$$\Pi_{\text{об.а2022}} = \frac{360}{\blacksquare} = \frac{360}{\blacksquare} = 105,72.$$

Рассчитаем материалоемкость продукции, используя формулу:

$$M_e = \frac{MЗ}{B_p}, \quad (15)$$

где MЗ – материальные затраты.

$$M_{e2021} = \frac{8709}{91669} = 0,09,$$

$$M_{e2021} = \frac{2406}{169246} = 0,01.$$

Таблица 4- технико-экономические показатели за 2021 – 2022 гг. ООО
«Гидрофоб»

	2021	2022	Абс., +/-	Отн., %
Выручка от реализации продукции, тыс.руб.	91 669	169 246	77 577	84,6273
Себестоимость реализованной продукции, тыс.руб.	88753	156085	67332	75,86448
Прибыль от реализации, тыс.руб.	2916	13 161	10 245	351,3374
Чистая прибыль, тыс.руб.	2772,8	10 406	7633	275,2813
Рентабельность произведенной продукции, %	3,29	8,43	5	156,6393
Уровень затрат на рубль продукции, руб./руб.	0,96819	0,922237	-0,04595	-4,74622
Среднесписочная численность персонала, чел.	48	50	2	4,166667
Производительность труда, тыс.руб./чел.	1909,771	3384,92	1475,149	77,24221
Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс.руб.	2307	4237	1930	83,65843
Фондоотдача, руб./руб.	39,73515	39,94477	0,209618	0,527539
Фондоемкость, руб./руб.	0,025167	0,025035	-0,00013	-0,52477
Фондовооруженность, руб./чел.	48,0625	84,74	36,6775	76,31209
Стоимость оборотных средств, тыс.руб.	27130	49706	22576	83,21415
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, оборотов	3,378879	3,404941	0,026062	0,771308
Длительность одного оборота, дни	106,5442	105,7287	-0,81549	-0,7654
Материальные затраты, тыс.руб.	8709	2406	-6303	-72,3734
Материалоемкость продукции, руб./руб.	0,095005	0,014216	-0,08079	-85,0366

По данным представленной таблицы 4, можно подвести итог, что при увеличении объемов производимой продукции на 84,6% в 2022 г., эффективность работы завода, в общем увеличилась, из-за роста себестоимости на 75,8 %, что также положительно повлияло на рост рентабельности на 156,6 % в 2022 году.

Из-за увеличения объема производства и себестоимости увеличилась прибыль от реализации на 351,3% и чистая прибыль на 275,2%. В связи с ростом количества работников на 2 чел. и выручки увеличилась производительность труда.

Показатель фондоотдачи составил 0,52%, среднегодовая стоимость ОПФ увеличилась на 83,66%, что вызвано закупкой нового оборудования.

Снижение показателя материалоемкости на -85,03% связано со снижением процента материальных ресурсов в общей себестоимости производимой продукции на -72,3%, что является позитивным фактором.

Заключение

По итогу прохождения производственной практики был произведен анализ деятельности ООО «Гидрофоб», его преимущества и возможности. Так же была изучена нормативная база предприятия: устав, бухгалтерская отчетность итд.

НПК «Гидрофоб ГНБ» был создан в 2002 г. целью создания данного предприятия стало выполнение работ, связанных с бестраншейной прокладкой коммуникаций. За 20 лет работы предприятия, оборудование совершенствовалось от простейших буровых установок, до буровых комплексов на собственном ходу, длина бурения, которых составляла более 300 метров.

ООО «Гидрофоб» выполняет работы по прокладке подземных коммуникаций бестраншейным способом с использованием технологии горизонтально-направленного бурения и технологии управляемого прокола грунта.

Организационная структура ООО «Гидрофоб», является линейной. У данной структуры имеются как положительные, так и отрицательные стороны.

Анализ внутренней среды, позволяющий всесторонне оценить состояние и потенциал предприятия, что ООО «Гидрофоб» имеет большой потенциал на дальнейшее развитие, только в случае устранения слабых сторон, которые хоть и не критично, но влияют на дальнейший прогресс предприятия. Стоит в большей мере уделить внимание проведению рекламной компании, так как это позволит увеличить портфель заказов и известность бренда на рынке не только России, но и иностранном.

Продукция компании используется в разных направлениях, что расширяет спектр возможных клиентов, и позволяет увеличить долю предприятия на рынке. Большую долю от общего числа клиентов имеют предприятия в отрасли водоснабжения – 30%, чуть меньший процент

предприятия, занимающиеся строительством- 27%. В равной мере около 15% имеют организации газовой и электрической отрасли.

Предприятие ООО «Гидрофоб», грамотно ведет работу с уже имеющимися и потенциальными клиентами. Высокая клиентоориентированность помогает сохранять предприятию лидирующие позиции в занимаемой ими нише среди других компаний.

Организационная культура предприятия в должной мере поддерживает эффективную работу сотрудников, помогает им поддерживать, как социальные, так и материальные нужды коллектива.

Из данных полученных на предприятии можно сделать вывод, что ООО « Гидрофоб» соответствует малому предприятию по численности кадров в организации. Но численности в 50 человек хватает, чтобы успешно и эффективно управлять бизнесом.

Производственная структура ООО «Гидрофоб» позволяет четко организовать работу в производстве. Каждый участок занимается своей специализацией, что помогает избежать сбоев в процессе создания продукции.

Необходимо внедрить систему бережливого производства, так как она поможет отладить работу основного производства и других отделов. Помимо этого система бережливого производства устранил весомые потери, которые несут дополнительные затраты.

По анализу технико-экономических показателей, можно подвести итог, что при увеличении объемов производимой продукции на 84,6% в 2022 г., эффективность работы завода, в общем увеличилась, из-за роста себестоимости на 75,86%, что также положительно повлияло на рост рентабельности на 156,6 % в 2022 году.

Из-за увеличения объема производства и себестоимости увеличилась прибыль от реализации на 351,33% и чистая прибыль на 275,2%. В связи с ростом количества работников на 2 чел. и выручки увеличилась производительность труда.

Показатель фондоотдачи составил 0,52%, среднегодовая стоимость ОПФ увеличилась на 83,66%, что вызвано закупкой нового оборудования.

Снижение показателя материалоёмкости на -85,03% связано со снижением процента материальных ресурсов в общей себестоимости производимой продукции на -72,3%, что является позитивным фактором.

Список использованной литературы

1. Теория организации (Теория менеджмента) : учебное пособие / Сыроева Е.А., Москвитин Г.И., Козырев В.А. — Москва : КноРус, 2018. — 338 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-05706-3. — Текст электронный // ЭБС Book.ru: [сайт]. - URL: <https://book.ru/book/924061>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Фокина, О.М. Экономика организации (предприятия) : учебное пособие / Фокина О.М., Соломка А.В. — Москва : КноРус, 2019. — 229 с. — (бакалавриат). — ISBN 978-5-406-06997-4. — Текст электронный // ЭБС Book.ru: [сайт]. - URL: <https://book.ru/book/931331>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Официальный сайт ООО «Гидрофоб» - <http://zavodgnb.ru/#edge> .
4. Официальный сайт выставки Bauma CTT RUSSIA 2021 - https://bauma-ctt.ru/tradefair/information/visitor_exhibitor_profiles/#
5. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник / Скоробогатых И.И., под ред., Ефимова Д.М., под ред. — Москва : КноРус, 2019. — 568 с. — (бакалавриат). — ISBN 978-5-406-06813-7. — Текст электронный // ЭБС Book.ru: [сайт]. URL: <https://book.ru/book/930727>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
6. Бродецкий, Г. Л. Экономико-математические методы и модели в логистике. Процедуры оптимизации [Текст] : учеб. для вузов / Г. Л. Бродецкий, Д. А. Гусев. — 2-е изд., стер. — Москва : Академия, 2016. — 288 с.
7. Завьялова, З. М. Теория экономического анализа [Текст] : курс лекций. — Москва : Финансы и статистика, 2016. — 192 с.
8. Менеджмент. Теория и практика [Текст] : учеб. для вузов / под общ. ред. И. Н. Шапкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2015. — 692 с.
9. Нечитайло, А. И. Комплексный анализ конкурентоспособности предприятия [Текст] : учеб. пособие для вузов / А. И. Нечитайло, И. А. Нечитайло. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2016. — 366 с.

Приложение А

Бухгалтерский баланс ООО «Гидрофоб»

за 2020-2022 гг.

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2022 г.

	Дата (число, месяц, год)	Форма по ОКУД	Коды		
Организация <u>Общество с ограниченной ответственностью «Гидрофоб»</u>			0710001		
Идентификационный номер налогоплательщика			31	12	20
Вид экономической деятельности <u>Производство машин и оборудования для добычи полезных ископаемых и строительства</u>		по ОКПО	39063011		
Организационно-правовая форма/форма собственности <u>Общество с ограниченной ответственностью/</u> <u>Частная собственность</u>		ИНН	6162081220		
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКВЭД	28.92		
Местонахождение (адрес) <u>347386, Ростовская обл., г. Волгодонск, ул. Гагарина, д. 68</u>		по ОКОПФ/ОКФС	12300	16	
		по ОКЕИ	383		

Пояснения	Наименование показателя	На <u>31 декабря</u> 20 <u>22</u> г.	На 31 декабря 20 <u>21</u> г.	На 31 декабря 20 <u>20</u> г.
	АКТИВ			
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Нематериальные активы			
	Результаты исследований и разработок			
	Нематериальные поисковые активы			
	Материальные поисковые активы			
	Основные средства	4237	2307	887
	Доходные вложения в материальные ценности			
	Финансовые вложения			
	Отложенные налоговые активы			
	Прочие внеоборотные активы			
	Итого по разделу I	4237	2307	887
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
	Запасы	2 406	8 709	10 093
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	548	-	1 088
	Дебиторская задолженность	35 271	17 119	8 441
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)			
	Денежные средства и денежные эквиваленты	11 472	1 288	3 449
	Прочие оборотные активы	9	14	18
	Итого по разделу II	49 706	27 130	23 089
	БАЛАНС	49 706	27 130	23 089

Продолжение приложения А

Пояснения	Наименование показателя	На <u>31</u> декабря 20 <u>22</u> г.	На 31 декабря 20 <u>21</u> г.	На 31 декабря 20 <u>20</u> г.
	ПАССИВ			
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ ⁶			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	()	()	()
	Переоценка внеоборотных активов			
	Добавочный капитал (без переоценки)			
	Резервный капитал			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	12 613	6 751	4 092
	Итого по разделу III	12 623	6 761	4 102
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства			
	Отложенные налоговые обязательства			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу IV	-	-	-
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
	Заемные средства	-	-	1 550
	Кредиторская задолженность	37 083	20 369	17 437
	Доходы будущих периодов			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу V	37 083	20 369	17 437
	БАЛАНС	49 706	27 130	23 089

Приложение Б

Отчет о финансовых результатах филиала ООО «Гидрофоб»
за 2021-2022 гг.

Отчет о финансовых результатах
за Январь-Декабрь 20 22 г.

		Коды	
		0710002	
Дата (число, месяц, год)		31	12 2021
Организация <u>Общество с ограниченной ответственностью «Гидрофоб»</u> по ОКПО		39063011	
Идентификационный номер налогоплательщика ИНН		6162081220	
Вид экономической деятельности Производство машин и оборудования для добычи полезных ископаемых и строительства по ОКВЭД		28,92	
Организационно-правовая форма/форма собственности Общество с ограниченной ответственностью/ Частная собственность по ОКОПФ/ОКФС		12300	16
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ		383	
Пояснения	Наименование показателя	Январь- За <u>Декабрь</u> 20 <u>22</u> г.	Январь- За <u>Декабрь</u> 20 <u>21</u> г.
	Выручка	169 246	91 669
	Себестоимость продаж	(156 085)	(88 753)
	Валовая прибыль (убыток)	13 161	2916
	Коммерческие расходы	()	(-)
	Управленческие расходы	(7 176)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	5985	2916
	Доходы от участия в других организациях	-	-
	Проценты к получению	-	-
	Проценты к уплате	(-)	(-)
	Прочие доходы	84	2131
	Прочие расходы	(207)	(1691)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	5 862	3 356
	Текущий налог на прибыль	(1 169)	(697)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	-	-
	Прочее		-
	Чистая прибыль (убыток)	4 693	2 659